

CHAPTER V

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

This chapter will explain more about the finding that has been explain in the previous chapter. In this chapter, the author will elaborate more on the summary findings, managerial implications, limitations, recommendation for future research, and conclusion.

5.1 Conclusion

The study analyzed the purchase intention of property in Indonesia which the property contains superstitious belief. This study set out to understand how superstitious belief and marketing strategy affect people's purchase intention. The main finding of this study is that even though there is a marketing strategy offered for the customers, superstitious belief still wins over the marketing strategy, and this superstitious belief does influence the purchase intention. The author also analyzed that even though four different groups were being exposed with same treatment (same list of questions), their statements about purchase intention towards housing and property with or without superstitious belief does not have a significant difference. Most of the respondent groups have similar idea in answering questions that contain marketing strategy variables. This phenomenon also applied to the questions of housing and property that contain superstitious belief. There is no significant difference seen between the four group's statements about purchase intention towards the housing and property. The author purposely

chooses the survey field of respondents that have different background including the buyer, developer, architect and developer, and also feng shui expert about housing and property so that the result of the survey will be more reliable because the result of the survey comes from people who have roles in the intention to purchase a house or property. Most of the respondents of this research are male respondents who are married and are in the A class of socio-economic status based on Nielsen Indonesia.

As it is stated in the previous chapter, there are two research questions in this research that should be answered by the time the research has completed.

Below are the details on how the analysis of the author interprets those research questions.

1. Does superstitious belief have the impact towards the purchase intention of housing and property?
 - a. Most of the respondents said that the housing and property that located in tusuk sate and near to cemetery and crematorium is not a favorable choice for a living. From the statements from architect and developer, tusuk sate location is suitable for building that have commercial use such as shop so that it can be attractive for consumers. Developer also state that housing that is built in such locations are difficult to sell. In conclusion, these two variables have an impact to purchase intention of housing and property.
 - b. North and south are best direction for housing and property as those directions are consider being the most suitable for logical thinking and also in feng shui. Feng shui expert said that the best direction refers to the

year of birth so different people will have different direction for fortune.

This variable has impact in purchase intention of housing and property.

- c. The arrangement of the surrounding, the fish pond variable, buyer said that fish pond has the purpose of refreshing. As for architect, the construction of a pond or pool, it should not be dead which means the circulation of the water should be flowing. Fish pond variable do not really have an impact in the purchase intention of housing and property.
- d. Higher elevation from the road variable has an impact towards the purchase intention of housing and property based on the statements from all groups of respondents.

Overall, superstitious belief does have an impact towards the purchase intention of housing and property. However, the decision is not pure because the respondents are all believe in superstitious but they backup their answers with logic reasons.

- 2. Does marketing strategy have the impact towards the purchase intention of housing and property?
 - a. The price of the housing and property is based on the condition of the housing and property itself. Minimalist design is the most popular nowadays in real estate industry. Price variable impact more than the product itself when deciding to purchase housing and property.
 - b. From the buyer point of view, promotion variable means that the appearance of the housing or property in sale should be attractive. In the other hand, developer gives attractive bonuses fro the consumers.

Promotion variable do not have a significant impact towards the purchase intention of housing and property.

- c. For the location of the housing and property itself, most of the respondents said that the location should near to public facilities. Buyer likes to purchase housing and property which is close to their relatives and friends. Accessibility makes this variable have an impact towards the purchase decision of housing and property.

Marketing strategy variable should be given more attention by the developer on how to have the best set of marketing strategy to attract consumers.

5.2 Managerial Implication

Based on the research conducted, there are considerations that property developers should know in order to sell houses to customers:

- a. Developers should give attention to feng shui in building housing or property. Developers can prevent to build housing or property which may contains bad feng shui with public facilities for the people who live in the housing complex, for example gym, garden, swimming pools, and others. This step will lower consumer's bad feeling about superstitious belief which contains bad meaning.
- b. Developers can offer the housing or property that contains superstitious belief to customers who do not believe such superstitious belief. However, this step needs more time to sell the housing or property with superstitious belief.

5.3 Limitation of the Research

Although the result of the analysis can answer all the research questions in this study, there are some limitations faced in this research. Some identified limitations are:

- a. The research was mostly conducted in Yogyakarta, while if this research is taking place in different city in Indonesia, such as Medan and Surabaya, which has more extreme superstitious belief, behavior of the citizens, the result of the analysis might be different.
- b. Another limitation that the author found is that interview is best conducted under situational condition as the author has a limitation on the budget. Respondents should be given a situation so that the result will be clearer whether marketing strategy or superstitious belief that has more impact towards the purchase intention of housing and property.

5.4 Recommendation for Further Research

There are still few points that the author did not manage to cover, therefore below are some recommendation purposed for the future research:

- a. The research should be tested in different cultural setting in Indonesia.
- b. The research should include “education level” as one of their variables, by mean “education level” might overrule the strength of superstitious belief.

In future research, the researcher should offer more varieties of marketing strategy in purchasing housing and property that have superstitious belief in it, therefore the researcher can analyze until which level of marketing strategy that

marketing strategy can overrule superstitious belief in purchasing property in Indonesia.



REFERENCES

- A Good Feng Shui House...*for All Seasons* [online]. Available from: http://www.oocities.org/goodfsh/house_trigram.htm [Accessed 27 August 2015]
- American Heritage Dictionary (1985), 2nd ed., Boston: Houghton Mifflin.
- Ang (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Review* , 335-371.
- Akova, S. (2011). The Relationship between Superstitions, Metaphors, and Advertising. *Journal Academic Marketing Mysticism Online (JAMMO)* , 138-156.
- Arndt, J. (1976). Reflections On Research In Consumer Behavior. *Advances in Consumer Research* , 213-221.
- Bauer, R., A. (1960). Consumer Behavior as Risk-Taking, Dynamic Marketing for Changing World. *American Marketing Association* , 389.
- Bayus, B. L., & C. C. Carlstrom. (1990). Grouping durable goods. *Applied Economics* , 759-73.
- Bayus, B. L. (1991). The consumer durable replacement buyer. *Journal of Marketing* , 42-51.
- Bazerman, M. H. (2001). Reflections and reviews: Consumer research for consumers. *Journal of Consumer Research* , 499-504.

Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research* , 139–68.

Blackwell, R. D., D'Souza, C., Taghian, M., Miniard, P. W & Engel, J. F. (2007). *Consumer behaviour: An Asia Pacific approach*. Melbourne: Thomson

Blackwell, R.D., Miniard P.W., & Engel, J.F. (2001). *Consumer behavior*, Ohio: South-Western. The Dryden Press.

Block, L., & Kramer, T. (2007). Conscious and Nonconscious Components of Superstitious Beliefs in Judgment and Decision Making. *Journal Of Consumer Research* , 783-792.

Brucks, M., V. A. Zeinhaml, & G. Naylor. (2000). Price and brand name as indicators of quality dimensions for consumer durables. *Journal of the Academy of Marketing Science* , 28 (3): 359–74.

Budaya Tionghoa [online]. Available from: <http://web.budaya-tionghoa.net/>
[Accessed 3 September 2015]

Business Dictionary [online]. Available from:
<http://www.businessdictionary.com/> [Accessed 3 september 2015]

Case, Trevor I., Julie Fitness, David R. Cairns, & Richard J. Stevenson (2004),
“Coping with Uncertainty: Superstitious Strategies and Secondary Control,”
Journal of Applied Social Psychology , 34 (April), 848–71.

Chinese customs, superstitions and traditions [online]. Available from:
<http://us2.mofcom.gov.cn/article/aboutchina/custom/200411/20041100004548.shtml> [Accessed 10 September 2015]

- Chi, H. K., Yeh, H. R., & Yang, Y. T. (2009). The impact of brand awareness on consumer purchase intention: The mediating effect of perceived quality and brand loyalty. *Journal of International Management Studies*, 4(1), 135-144.
- Cripps, J. D., and R. J. Meyer. (1994). Heuristics and biases in timing the replacement of durable products. *Journal of Consumer Research* , 2 (2): 304-18.
- Darke, P. R. & Freedman, J. L. (1997). The Belief in Good Luck Scale. *Journal of Research In Personality* , 486-511.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991), Effect of price, brand and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research* , 28(3), 307-319.
- Downs, A. (1989). Irrational buyers are crucial sale elements. *National Real Estate Investor* , 31 (11): 42-3.
- Entrepreneur Encyclopedia [online]. Available from: <http://www.entrepreneur.com/encyclopedia> [Accessed 17 September 2015]
- Feng Shui World [online]. Available from: <http://fengshuiworldindonesia.com/tips/> [Accessed 24 September 2015]
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fortin, N. M., Hill, A. J., & Huang, J. (2010). Superstition in the Housing Market. *Discussion Paper*.

- Gibler, K. M., and S. L. Nelson. (2003). Consumer behavior applications to real estate education. *Journal of Real Estate Practice and Education* , 6 (1): 63–89.
- Gould, D., Eklund, R. C., & Jackson, S. A. (1993). Coping strategies used by U.S. Olympic wrestler. *Research Quarterly for Exercise and Sport* , 83-93.
- Grewal, R., R. Mehta and F. R. Kardes. (2004). The timing of repeat purchases of consumer durable goods: The role of functional bases of consumer attitudes. *Journal of Marketing Research* , 41 (1): 101–15.
- Gronhaug, K., I. A. Kleppe, and W. Haukedal. (1987). Observation of a strategic household purchase decision. *Psychology & Marketing* , 4 (3): 239–53.
- Hauser, J. R., and G. L. Urban. (1986). The value priority hypothesis for consumer budget plans. *Journal of Consumer Research* , 12 (4): 446–62.
- Hawkins, D. I., R. J. Best, and K. A. Coney. (2003). Consumer behavior: Building marketing strategy. Madison, wi: Irwin McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L. & Best, R. J. (2007). Consumer behavior: building marketing strategy. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hempel, D. J., and G. N. Punj. (1999). Linking consumer and lender perspectives in home buying: A transaction price analysis. *Journal of Consumer Affairs* , 33 (2): 408–35.
- Houseplans [online]. Available from: <http://www.houseplans.com/> [Accessed 1 October 2015].
- Indo Spiritual [online]. Available from: <http://www.indospiritual.com/> [Accessed 8 October 2015].

- Jahoda, Gustav (1969), *The Psychology of Superstition* , New York: Penguin.
- Leeson, P.T. (2012b). God damn: The law and economics of monastic malediction. *Journal of Law, Economics, and Organization* , forthcoming.
- McQuiston, D. H. (1989). Novelty, complexity and importance as causal determinants in industrial buyer behavior. *Journal of Marketing* , 53 (2): 66–79.
- Merriam Webster [online]. Available from: <http://www.merriam-webster.com/> [Accessed 15 October 2015].
- Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: Conceptualisations and models. *European Journal of Marketing* , 33 (1–2): 163–95.
- Nedland, M. (2010). Developing A Basic Marketing Plan To Sell Houses [And Neighborhoods]. *Workshop Materials*. Available from: <http://www.stablecommunities.org/sites/all/files/library/812/basicmktghandout7-9-10.pdf> [Accessed 15 October 2015]
- Punj, G. N. (1987). Presearch decision making in consumer durable purchases. *Journal of Consumer Marketing* , 4 (1): 71–82.
- Punj, G. N., & R. Brookes. (2002). The influence of pre-decisional constraints on information search and consideration set formation in new automobile purchases. *International Journal of Research in Marketing* , 19 (4): 383–400.
- Real Estate Indonesia [online]. Available from: <http://harcourts.co.id/> [Accessed 22 October 2015].

- Real Estate Photography [online]. Available from: <http://digital-photography-school.com/real-estate-photography-a-guide-to-getting-started/> [Accessed 22 October 2015]
- Rumah123.com [online]. Available from: <http://www.rumah123.com/> [Accessed 22 October 2015].
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Wisconsin: Prentice Hall.
- Serpong Natura City (2015). Available from: Stefanus Trisnawan Kurnianto [PT. Serpong Karya Cemerlang].
- Simmons, L. C. & Schindler, R. M. (2003). Cultural Superstitions and the Price Endings Used in Chinese Advertising. *Journal of International Marketing* , 101-111.
- Vernacchia, R.A., McGuire, R.T., Reardon, J.P., & Templin, D.P. (2000). Psychosocial characteristics of Olympic track and field athletes. *International Journal of Sport Psychology*, 31, 5-23.
- Vyse, S. A. (1997). *Believing in magic: The psychology of superstition*. New York: Oxford University Press.
- Wong, H. S. & Slamet, G. (July 2014). RUMAH HOKI: Menurut Pandangan *Feng Shui* dan Arsitektur. Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup).
- Yang, S.-H. (2009). Using Blogs to Enhance Critical Reflection and Community of Practice. *Educational Technology & Society*, 12 (2), 11–21.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* , 2-22.

Transcript Bram (Buyer 1)

Interviewer (I)

Bram (B)

I : Selamat pagi menjelang siang Bapak Bram. Terima kasih atas kesediaan bapak meluangkan waktunya untuk diwawancara. Sebelumnya perkenalkan saya, Eka Mayliza, salah satu mahasiswi jurusan ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang menyelesaikan skripsi tentang “Kepercayaan Supranatural Dalam Pembelian Properti”. Bisa kita mulai wawancaranya sekarang pak?

B : Silahkan Mbak Eka.

I : Sebelumnya saya ingin bertanya apakah dalam waktu terdekat ini bapak ada merencanakan untuk membeli rumah atau property?

B : Kalau buat masa sekarang sih ngak Mbak Eka.

I : Baiklah mungkin Bapak bersedia berbagi pengalaman nya dalam pembelian rumah di masa lalu.

B : Oh iya tentu saja. Keluarga kami baru saja membeli rumah di daerah Sorosutan. Sebenarnya itu rumah warisan dari mertua saya yang ada di Jakarta, daripada *eman* gak ada yang mau nempatin karna saudara yang lain mengalami kendala jarak dan waktu, ya sudah saya beli sendiri saja. Jadi istilahnya juga gak jatuh ke tangan orang lain gitu lho.

I : Seperti itu yah Pak. Tentu pertimbangannya jadi berbeda ya Pak antara membeli rumah dari keluarga sendiri dengan membeli rumah dari orang lain atau pengembang. Misalnya aja ni Bapak saya kondisikan sedang ingin membeli

rumah, saya ingin tau faktor apa saja yang bapak pertimbangkan sebelum membuat keputusan tentang rumah yang akan Bapak beli. Waktu memilih untuk membeli rumah, kondisi rumah yang seperti apa kira-kira menarik perhatian Bapak? Maksud saya mungkin dari segi keluasan rumah mungkin.

B : Kalo menurut saya, saya lebih *prefer* untuk rumah yang tidak terlalu besar. Pertama karena faktor jumlah yang cuman dua orang iaitu saya sama istri karna anak saya yang pertama saya sudah menikah dan sekarang berada di Solo. Sementara anak kedua lagi kuliah di Bandung dan anak ketiga lagi kuliah di UPN cuman dia gak tinggal bareng kami melainkan nge-kost sendiri. Kedua, rumah yang besar juga kayaknya butuh biaya yang lebih juga yah untuk merawatnya. Jadi, saya rasa rumah ya 150 hingga 200 meter sudah cukup untuk saya dan istri. Rumah tidak besar tapi halaman luas dan nyaman rasanya sempurna bagi saya.

I : Selain kondisi rumah yang nyaman, tentu saja harga juga menjadi faktor terpenting buat Bapak dalam memutuskan untuk membeli rumah. Bagaimana Bapak mempertimbangkan harga rumah yang ditawarkan?

B : Hehe karna rumah yang saya tempati sekarang dua-dua nya adalah rumah warisan, jadi faktor tidak terlalu mempengaruhi. Tetapi kalo dari segi harga, saya akan mempertimbangkan berdasarkan dari faktor lingkungan dari area rumah yang akan saya beli. Lingkungan yang baik dan bersih dan harga yang terjangkau juga wajib jadi pertimbangan. Jadi kita nya juga yang membeli rumah tersebut jadinya nyaman dan merasa puas.

I : Nah kalau dari segi promosi pak, promosi yang seperti apa sih menarik perhatian Bapak ketika bapak mungkin sedang mencari informasi tentang rumah yang mau dijual lewat internet mungkin.

B : Yang pertama itu tentu saja saya melihat dari foto tampilan dari rumah tersebut, apa foto rumahnya mempunyai daya tarik melalui cara pemotretan yang bagus.

I : Promo yang ditawarkan Pak apakah tidak terlalu menjadi pertimbangan buat Bapak? Mungkin kalau membeli rumah tersebut dapat *embel-embel* hadiah handphone misalnya.

B : Tidak terlalu juga sih karna saya lebih memilih untuk mencari referensi tentang rumah yang mau dijual biasanya dari teman-teman atau keluarga aja. Jadi kesannya lebih pasti dan kecil kemungkinan terkena penipuan oleh penjualan online yang marak sekarang ini. Buat jaga-jaga aja.

I : Bagaimana dengan lokasi dari rumah itu sendiri, apakah rumah yang mau Bapak beli itu harus berdekatan dengan pasar, rumah sakit atau tempat umum yang lainnya?

B : Oh tentu saja kalau memungkinkan yang terpenting bagi saya dan istri adalah ketersediaan rumah sakit karna kan istri saya sekarang menjalani kontrol untuk penyakit darah tinggi. Lokasi yang menyediakan kebutuhan air bersih dan bisa untuk diminum juga penting syukur-syukur kalo ada *laden* itu jauh lebih baik.

I : Maaf pak saya kurang mengerti. Maksudnya ketersediaan air bersih yang bagaimana yah?

B : Itu lho area rumah yang bisa nyediain air bersih dari sumur yang kita buat. Keluarga pernah punya pengalaman punya rumah yang berdekatan dengan hotel jadi air dari sumur kita itu kesedot sama hotel akhirnya kita jadi kekurangan pasokan air. Terus rumah yang akan saya beli juga jangan yang berdekatan sama pom bensin atau pabrik karena beresiko tinggi atau berbahaya. Selain itu, mungkin sebagai investasi juga lokasi yang saya perhitungan adalah lokasi rumah yang punya nilai jual ke depan nya karna akan mempengaruhi harga dari rumah tersebut jika saya ingin menjual rumah itu kembali di masa depan.

I : Apakah Bapak juga menyukai rumah yang posisinya memudahkan Bapak untuk bersosialisasi dengan warga sekitar. Mungkin Bapak memilih untuk membeli rumah yang berdekatan rumah sanak saudara jika itu memungkinkan?

B : Kalo ada yang bisa dekat dengan rumah keluarga ya itu lebih bagus tapi minimal dekat dengan tetangga lah karna saya orang nya tidak suka punya rumah yang menyendiri terus jauh dari tetangga. Kita mau minta tolong sama siapa lagi kan kalo sedang mengalami kesulitan.

B : Dan juga rumah yang akan saya beli kalo bisa menghadap ke utara atau selatan lah.

I : Alasan nya apa tuh Pak kan menurut sebuah penelitian yang saya baca arah timur itu bagus bagi masyarakat Tiong Hua karna menghadap langsung dengan matahari pagi sehingga dapat memberikan kesehatan dan kemakmuran bagi penghuninya.

B : Kalo saya tidak melihatnya seperti itu. Kalau rumah yang menghadap utara atau selatan kan otomatis tidak menghadap langsung ke arah matahari terbit

ataupun tenggelam jadi kalo pagi atau petang rumah jadi tidak terlalu panas karna sinarnya ketutupan dinding rumah. Misalnya saja rumah yang bapak tempatin sekarang ini kan menghadap ke timur jadi kalo pagi itu panas banget misale juga Bapak mau duduk di teras depan untuk minum the sambil sarapan juga kan gak nyaman.

I : Selain rumah yang dekat dengan fasilitas umum seperti yang bapak katakan tadi, bagaimana dengan pendapat bapak tentang lokasi rumah yang terletak di tusuk sate? Secara umum lokasi tusuk sate harus dihindari terutama untuk masyarakat Tiong Hua, Jawa, dan Sunda karena aka nada banyak masalah yang timbul pada keluarga yang menempati rumah di lokasi tersebut. Bagaimana menurut Bapak?

B : Ya saya setuju dengan pernyataan itu. Menurut pandangan saya, lokasi tusuk sate ini kan biasa nya letaknya di pertigaan atau tikungan yang di mna volume kendaraan yang lalu lalang juga pasti lebih banyak dari jalan lurus biasa. Kalau malam mungkin yang tinggal di rumah tusuk sate bakalan ngak nyaman karna sorotan lampu dari kendaraan yang melaju dari arah hadapan rumah. Kedua, mungkin yang di khawatirkan itu tabrakan rawan terjadi secara menurut pandangan saya pengendara akan lebih cepat memacu kendaraan kalau berada di jalan lebar dan ada tikungan nya. Masalah kebisingan juga yahh pasti soalnya terletak di pertigaan, yang notabene volume kendaraan lebih banyak pastinya.

I : Lokasi dekat dengan kuburan dan crematorium bukanlah lokasi yang baik untuk ditempati karena *qi* negative selalu mengelilingi lokasi ini. Bagaimana pendapat bapak tentang lokasi rumah yang semacam ini?

B : Kalau saya ngak suka sama lokasi rumah semacam itu karna walaupun toh kita suatu saat juga bakal di kubur nantinya apabila sudah waktunya. Lokasi rumah yang semacam itu tentu saja membawa pengaruh yang kurang baik bagi saya dan keluarga. Selain kalo malam ada kesan angker, orang-orang juga kan kadang ada yang bakar kemenyan di kuburan. Yang saya dengar dari teman orang Jawa ada segelintir masyarakat yang membakar kemenyan di kuburan leluhur mereka pada malam-malam tertentu. Istilah nya tidak nyaman lah untuk tinggal di rumah yang berdekatan dengan area tanah perkuburan.

I : Pas masuk tadi, saya melihat ada kolam ikan di tengah-tengah rumah Bapak. Apakah kolam tersebut didesain khusus untuk tujuan tertentu? Maksud saya supaya penghuni rumah menjadi adem ayem atau semacamnya?

B : Kalo saya sih suka karna mungkin bener seperti yang mbak bilang pertama tujuan dari kolam tersebut adalah supaya aliran di dalam rumah ini tuh lancar makanya kita bikin tempat terbuka di tengah rumah untuk kolam ikan. Alasan kedua, mungkin dari saya pribadi menyukai ikan apalagi koi untuk tujuan refreshing. Setelah seharian kerja saya bisa rileksasi dengan memberi makan ikan sekalian menghilangkan kejenuhan. Apalagi ini kolamnya kan di desain dengan air terjun mini jadi rasa nya nyaman aja dengar suara air mengalir apalagi sambil santai-santai nonton televisi ketika malam hari. Itu kan suatu bentuk pemulihan energy juga Mbak.

I : Bukan nya penataan lingkungan seperti bentuk kolam harus disesuaikan dengan kepercayaan *feng shui*?

B : Oh bagi saya tidak terlalu bermasalah asal kan kolam nya enak dilihat. Mungkin yah harus sering rajin dirawat aja biar terlihat bersih. Area yang bersih buat saya juga bisa memancarkan aura yang positif bagi penghuninya kok Mbak.

I : Pertanyaan terakhir mungkin dari saya Pak iaitu tentang elevasi lokasi rumah terhadap jalan. Maksudnya disini dengan elevasi lokasi terhadap jalan adalah ketinggian lokasi rumah dibanding dengan tinggi jalan. Apakah bapak akan mempertimbangkan lokasi rumah yang lebih rendah, tinggi, atau seimbang dengan jalan raya dan apa alasannya?

B : Mungkin yang lebih tinggi dari jalan aja kali yah karna kalo musim hujan air tidak gampang masuk ke dalam rumah jadi bisa menghindari masalah banjir juga. Kedua itu mungkin dari masalah debu kendaraan yang lewat depan rumah Mbak. Kalo sama rata ato lebih rendah dari jalan kana sap kendaraan lebih gampang masuk ke dalam rumah sehingga rumah terkesan sumpek dan lbh gampang kotor. Kalau rumah yang lebih tinggi dari jalan menurut saya juga pemandangan nya juga jadi lebih luas karna terletak di dataran yang lebih tinggi. Jadi lebih sesuai bagi saya dan istri yang suka memanjakan diri dengan melihat pemandangan di pagi atau sore hari. Ngak sumpek lah istilahnya.

I : Menurut buku yang say abaca nih Pak judulnya “Rumah Hoki”, rumah pada lokasi yang demikian itu sulit mendapatkan *qi* positif karena tidak terdapat keharmonisan anatara jalan dengan lokasi bangunan. Hal ini akan mengakibatkan penghuni lokasi akan mudah mengalami gangguan kesehatan dan sulit mendapatkan rezeki ataupun keuntungan dalam usaha. Penempatan tangga yang curam ke arah jalan menyebabkan usaha yang dilakukan penghuni akan terus

menurun. Demikian juga dengan kehidupan yang akan lebih rendah dari rata-rata kehidupan normal.

B : Saya malah baru mendengar tentang adanya *feng shui* yang semacam itu. Iya saya akui kita emang terkadang harus percaya dengan nasihat atau *wejangan* dari orang-orang dahulu kala. Mungkin ada *feng shui* yang dikaitkan semacam itu karna penempatan tangga yang curam akan menyebabkan ketidaknyamanan dalam menapaki jalan. Kalau saya lebih berfikir ke realistiknya aja.

I : Saya kira sekian saja wawancara dari saya Pak. Sekali lagi terima kasih atas waktu nya untuk wawancara ini.

B : Iya Mbak. Sama-sama.

Transcript Darno (Buyer 2)

Interviewer (I)

Darno (D)

I : Aa ini bu tentang pembelian rumah jadi disini aa saya ingin mewawancara ibu soal pembelian rumah atau pengalaman ibu dalam pembelian rumah atau property. Jadi, yang pertama saya mau nanya ibu semasa membeli rumah, kondisi rumah yang seperti apa menarik perhatian ibu untuk dijadikan pertimbangan. Contohnya dari segi bentuk bangunan dari rumah tersebut mungkin...

D : Yang dijadikan pertimbangan kalo beli rumah?

I : Ya, atau property.

D: Dari...ya tadi ituya yang pertama bukan dari pertimbangan saya itu...surat-suratnya. Itu suratnya sudah sertifikat atau belum. Kemudian kalo tanah, sawah, ya itu sawah apa pekarangan gitudi dalam sertifikat kana da. Terus, sertifikat itu bener-bener milik yang menjual itu. Benar atau enggak karna ada yang bodong. Heemz...ini kan bahaya sekali sebelum eem saya anu pertama itu surat. Suratnya itu sah apa tidak gitu. Hooh. Terus kalo perlu itu nanti kalau memang sudah serius sudah jual ee artinya sudah tawar menawar itu harus di cek dulu ke kantor pertanahan.

I : Eem...

D: Karna ada sertifikat yang dobel. Aspal, asli tapi palsu. Jadi itu harus di cek ke kantor pertanahan. Ya...itu benar apa ngak sertifikat ini misalnya sertifikat atas nama ibu X, bener apa ngak. Itu lalu luasnya. Nah pertimbangan yang kedua, kalo memang itu sudah rumah atau perumahan, ya kita lihat ee apa kondisi rumah itu,

kekuatannya, jadi ya kita harus liat kondisinya rumah. Karna kana da rumah yang baru tapi ada kalo beli rumah yang apa yang sudah lama, nah kalo yang sudah lama, ya kayak gini ini, kita lihat kondisinya. Kondisi anu rumahnya... itu untuk pertimbangan harga kan nanti.

I : Erm...

D: Lalu bentuknya ya memang kalo bentuknya itu ee saya suka yang minimalis, apa yang anu...itu kan tergantung selera nanti. Apa rumah yang tradisionil, apa rumah yang minimalis.

I: Erm...nah kalo dari segi promosi bu, ibu promosi yang seperti apa sih menarik perhatian ibu? Ketika ibu sedang mencari informasi tentang rumah yang dijual, dari internet atau dari rekan-rekan?

D: Lokasi biasa nya. Yang menarik. Jadi lokasinya dimana. Heehehe itu yang paling menarik. Saya sekarang sudah ngak beli rumah tapi anak-anak saya.

I: Oh iya... heemz.

D: Kemarin ya yang saya cari ya lokasi. Lokasi yang kita mau.

I: Kalo...

D: Misalnya yang dekat tempat kerja, dekat sekolahan anak-anak, dekat ya itu dekat. Biasanya lokasi...itu yang kita...misalnya ditawarkan, ada penawaran disini, ada promosi ini itu lalu kita lihat tuh dimana letaknya, jadi lokasi...

I: Lokasi ya...

D: Ho'o...

I: eem jadi gini,terus ee apakah ibu juga menyukai rumah yang posisinya memudahkan ibu untuk bersosialisasi dengan warga sekitar? Mungkin ibu

memilih untuk membeli rumah yang berdekatan rumah keluarga? Yang misalnya dekat rumah keluarga mungkin...kerabat terdekat, jadi bias bersosialisasi.

D: Heemz...waktu mencarikan anak saya, yang kita cari yang bias berdekatan dengan keluarga gitu.

I: Selain lokasi, yang dekat fasilitas umum, apakah lokasi tusuk sate menjadi pertimbangan ibu dalam...

D: Ya.

I: Membeli rumah?

D: Ndak mau. Biasanya nek orang cina.

I: Kalo ini bu... yang lokasi yang dekat kuburan,

D: Hehehe...itu saya enggak.

I: Gimana?

D: Ya...kalo saya sendiri sih ya agak takut kalo heheh dekat kuburan. Tapi ada yang gak...gak anu. Soalnya, kalo sekarang, ya..kuburan ngak menakutkan tapi kalo saya tetap aja. Kalo ada cari yang hehehe...cari yang ngak terlalu dekat lah.

I: Nah ini kan bu ee...rumahnya ibu kan dekat sama...

D: Masjid?

I: Masjid ya bu, ho'o...itu biasanya ngak mengganggu ibu?

D: Ya mengganggu sih suaranya, kalo yang keras-keras kan, kenceng-kenceng tapi saya beli ini, masjid belum ada.

I: o...gitu.

D: Heemz.masjid itu baru berapa ya...sekitar tahun...saya beli rumah ini sudah 30 tahun, saya tinggal di sini.

I: Oo...

D: Hehehe...dulu ngak ada...hehehe...ya...ya jelas lah ya mengganggu cuman ya kita harus menyesuaikan lah gimana.

I: Heemz

D: Menyesuaikan, karna kalo gangguan itu mesti ada dari apa-apa itu ada. Gangguan itu pasti ada tapi kan, kita yang harus menyesuaikan kalo memang rumahnya sudah disini ya sudah sesuaikan

I: Ermz...

D: Heemz...

I: Bagaimana...

D: Orang-orang yang di depan itu juga tadinya juga terganggu tapi lama-lama ya sudah.

I: terbiasa?

D: terbiasa dari itu kan ee bunyi...tapi nanti kan terus sepi lagi.

I: Hurm

D: Seperti sekarang sepi. Nanti bunyi lagi. Ya, menyesuaikan lah.

I: Bagaimana dengan arah lokasi rumah? Yang berdasarkan mata angin...dimna akan menentukan arahkehidupan penghuni dari rumah tersebut. Apakah rumah yang ibu akan beli harus menghadap kea rah barat, timur, utara atau selatan?

D: Ngak terlalu. Itu cuman hanya nyari sinar matahari.

I: eemm.

D: Ngak terlalu barat, timur... ngak terlalu tapi entah itu jendela kena sinar matahari, entah pintu...pokoknya ada, matahari masuk. Kan bias lewat pintu, bias lewat jendela.

I: eem.. kalo ini kolam...ibu punya kolam di rumah? Kolam ikan gitu.

D: Depan ada kolam.

I: ee...nah itu tujuan nya, ada tujuan khusus apa untuk mendinginkan persekitaran aja ? atau ibu...

D: Itu ya ... senang aja. Seneng ya kolam itu ee seneng karna ya biar kayak sejuk,

I: Yaa...

D: Ahh... Terus kalo ada kolam, waktu itu anak-anak masih kecil-kecil yah, anak-anak suka kan. Di situ ada kolam sendiri gitu mancinglah apalah untuk hehehe anak-anak. Dan memang sejuk kalo anu itu, udara jadi lebih sejuk.

I: erm. Jadi ini bu ee ...pertanyaaan terakhir yaitu tetang elevasi lokasi terhadap jalan. Jadi dimaksud dengan elevasi lokasi terhadap jalan adalah ketinggian lokasi rumah disbanding dengan tinggi jalan.

D: hermz.

I: Apakah ibu akan mempertimbangkan lokasi rumah yang lebih rendah, tinggi atau seimbang dengan jalan raya?

D: Ya...kalo biasanya lebih tinggi...paling tidak samakan dengan jalan raya.

I: Ya.

D: Tidak lebih rendah karna debunya nanti masuk rumah saya semua. Hehehe ...

I: o... alasannya...

D: Ya kesehatan...

I: Kesehatan...

D: Hurm. Yakan kalo bikin rumah, kalo misalnya rata gitu, kalo bikin rumah kan agak ditinggikan biasanya.

I: Eeem.

D: Supaya ya...pemandangan lebih enak,

I: Hurm.

D: Terus ya...terutama ya kalo di bawah anu kan debu atau kalo hujan ya...

I: Ya...

D: Jelas air nya masuk situ yha...

I: Hurm. Ya sudah bu terima kasih

D: Hehehe

I: wawancara nya. Makasih sudah mau diwawancara.

D: Hehehe... iya

Transcript Dhevika (Buyer 3)

Interviewer (I)

Dhevika (D)

I : Selamat pagi mbak Dhevika. Perkenalkan saya Eka Mayliza, salah satu mahasiswa dari universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terima kasih atas ketersediaan mbak untuk diwawancara. Kita mulai langsung aja ya. Apakah mbak Dhevika pada waktu ini atau seenggaknya punya pengalaman dalam pembelian rumah atau property?

D : Ya, punya.

I : Semasa membeli rumah, kondisi rumah yang seperti apa menarik perhatian mbak untuk dijadikan pertimbangan?

D : Yang dekat sama lokasi rumah saya. Terus ya juga yang gak mahal, yang rasional aja deh.

I : Okay. Ee seperti yang mbak bilang tadi factor harga juga penting dalam memutuskan untuk membeli rumah. Jadi bagaimana mbak melihat harga sebuah rumah yang ditawarkan?

D : Ee ya yang harga nya yang rasional yang sesuai sama hargabpasaran ya. Kalau yang aku beli di depan rumah ku itu, karena pemiliknya juga butuh duit, jadinya dijualnya harga nya miring banget. Harusnya sih harga nya satu M lebih, tapi karena dia butuh duit jadi dijual 500 sekian padahal di dalamnya itu bagus-bagus semua ya harusnya lebih mahal sih.

I : Nah dari segi promosi, promosi yang seperti apa sih yang menarik perhatian mbak ketika mbak sedang mencari informasi tentang rumah yang dijual?

D : Ee kalau dari segi promosi sih yang pasti sih harus tau bentuk rumahnya kayak apa, terus menghadap kemana, lalu penjual rumahnya, sanitasinya kan juga penting dan jangan sampai karena salah sanitasi jadi banjir tho. Lalu kemudian itu yha dari harganya, dengan harga segitu itu sesuai ngak dengan rumahnya. Juga dengan foto-foto rumah yang ditawarkan.

I : Bagaimana dengan lokasi dari property tersebut? Apakah property tersebut harus berdekatan dengan pasar, rumah sakit, atau tempat umum yang lainnya?

D : Ee yah yang pasti ngak sepi. Ya yang di keramaian lah yang dekat pasar boleh.

I : Urm. Apakah mbak juga menyukai rumah yang posisinya memudahkan mbak untuk bersosialisasi dengan warga sekitar? Mungkin mbak memilih untuk membeli rumah yang berdekatan dengan rumah keluarga jika itu memungkinkan?

D : Ya. Karena kan kita hidup perlu bersosialisasi yha.

I : Selain lokasi yang berdekatan dengan fasilitas umum, apakah lokasi tusuk sate menjadi pertimbangan mbak dalam membeli rumah?

D : Ya iya. Kalau misalnya dilihat tusuk sate itu kan anginnya dari mana-mana, kalau dari segi feng shui sih. Kalau dari segi angin nya itu dari mana-mana, dari sebelah sana, sebelah sana, sebelah sini. Kalau misal kena angin dari mana-mana kan nanti pastinya kan kotor rumahnya. Disapu ngak bersih-bersih yho capek yang bersih-bersih mbak. Hehe.

I : Okay. Ehem lokasi yang dekat dengan kuburan atau crematorium, bukan lokasi yang baik untuk...

D : Wohh lokasi rumahku malah dekat kuburan itu, dekat kuburan yang paling besar sekota Solo ee. Hehe. Kuburan Boroloyo itu.

I : Ehm.. apa mbak..

D : Yho ngak angker ik ngak ada apa-apa. Hehe. Yho laku-laku aja tak jual terus beli lagi yho laku-laku aja owk.

I : Erm ya jadi ngak mempengaruhi yha?

D : Enggak mempengaruhi.

I : Bagaimana dengan lokasi rumah yang berdasarkan mata angin? Yang seperti mbak sebutkan tadi. Apakah rumah yang mbak beli itu harus menghadap kearah barat, timur, utara?

D : Kalau ngak menghadap kearah utara ya kearah selatan soale sama-sama bisa kena matahari.

I : Ehm apakah itu berdasarkan feng shui atau logika aja?

D : Ya rumah sehat. Rumah sehat itu harus kena matahari.

I : Itu logika ya berarti?

D : Ho'o..

D : Kalau feng shui sih rumahnya yang pasti pintunya itu ngak boleh berhadapan.

I : Ehm..

D : Jadi ketika buka pintu depan, nah terus ada pintu lagi itu ngak boleh. Nanti katanya boros.

I : Terus kalo dirumah yang mbak beli itu, ada kolam ikannya ngak?

D : ngak ada. Adanya taman.

I : Itu tamannya bertujuan untuk relaksasi apa...

D : Ya ada taman hias, cabe, apa lagi ya?? Ehm memang ada, jamu-jamuan juga ada.

I : Itu tujuannya buat apa yah kalau boleh tau?

D : tujuannya sih ya buat nanem aja karena ya papaku hobi nanem. Jadi semuanya ditanam. Rumput juga ditanam.

I : Jadi keluarga anda ini sebenarnya nggak mempercayai feng shui?

D : Ya percaya. Percaya itu nek feng shui. Ya yang kayak tadi aku bilang kalau misalnya ee dari depan, buka pintu nggak boleh ada pintu lagi.

I : Owh..

D : Terus kalau menghadap kemana itu katanya juga ada ininya sih, ada segi keberuntungan nya yah.

I : Ehm ya pertanyaan terakhir itu tentang elevasi lokasi terhadap jalan. Jadi disini itu yang dimaksud dengan elevasi lokasi adalah ketinggian lokasi rumah disbanding dengan tinggi jalan. Apakah mbak akan mempertimbangkan lokasi rumah yang lebih rendah, tinggi, atau seimbang dengan jalan raya?

D : Lebih tinggi. Feng shuinya lebih bagus. Kalau misalnya lebih rendah dari jalan raya, itu biasanya tanah nya jadi kurang bagus, kurang hoki lah kalau tinggal disitu. Katanya sih bakal kena sakit-sakitan, ya nggak enak gitu lho.

I : ya udah terima kasih mbak atas kesediaannya untuk diwawancara.

D : Ya.

Transcript Joko Istiaji (Architect)

Interviewer (I)

Joko Istiaji (JI)

I : Selamat pagi, Pak Joko. Saya Eka Mayliza mahasiswa Ekonomi dari Atma Jaya Yogyakarta. Ehm di sini saya memohon bantuan bapak ee sekiranya bapak bisa memberikan bantuan dalam berbagi pengalaman tentang “Kepercayaan Supranatural dalam Pembelian Properti”.

I : Sebentar ya Pak.

I : Ehm di sini Bapak sebagai arsitektur ya Pak?

JI : Arsitek. Bukan arsitektur.

I : Heemz. Jadi kondisi rumah yang seperti apa menarik perhatian konsumen untuk dijadikan pertimbangan? Contohnya dari segi bentuk bangunan dari rumah tersebut mungkin...

JI : Pertama tentunya fungsi. Orang mau buat rumah kan ya mesti fungsi. Terus sesuai dengan kebutuhan nya. Satu, kebutuhannya. Yang kedua, keinginannya. Butuh dengan ingin kan berbeda. Kalau butuh itu kan memang karna dia harus ada. Kalau ingin itu berkaitan dengan sesuatu yang subjektif. Dia pengen sesuatu yang lebih dari apa yang dibutuhkan gitu. Itu yang pertama tentang fungsinya. Lalu yang kedua itu tentunya bentuk. Orang pasti pengen punya apalagi rumah kan, rumah itu kan biasanya menjadi visi aktualisasi dirinya. Untuk menunjukkkan siapa yang ada disini. Karakternya seperti apa. Biasanya kalau dikatakan secara umum rumahnya mesti indah. Ya tho? Yang lain-lainnya ya ada kayak misalnya sekarang tambahannya ya nyaman. Nyaman itu berarti apa, enak dipakai. Tidak

hanya fungsional, tetapi berkaitan dengan fisik bisa enak dipakai secara fisik, bisa enak dirasakan secara psychology. Biasanya seperti itu yang diinginkan oleh orang untuk membuat rumah.

I : Kalau dari faktor harga, apakah itu dijadikan pertimbangan...

JI : Oh itu pasti. Pasti dipakai jadi pertimbangan. Hehehehe. Jadi faktor utama didalam orang membuat rumah pasti pertama kali terdengar adalah harga. Hanya sebagian kecil orang yang mungkin sudah menyisihkan sebagian uang yang akan dipakai untuk membangun rumah. Itu kan pasti harus sehaluan dengan keinginannya gitu. Ya tho? Kalau memang tanah nya itu murah dan ngak penuh banget ya mestinya akan disesuaikan.

I : Ehm kalau dari segi promosi Pak...

JI : Maksudnya promosi?

I : Apakah dari segi arsitek, ada semacam promosi tersendiri untuk menarik konsumen?

JI : Ehm mungkin itu lebih kepada developer kalau itu mestinya. Kalau developer emang mau menjual rumah gitu. Biasanya kan yang dipakai oleh seorang developer, menjual rumah yang misalnya dipasar itu menjadi bahan untuk marketing dia kan untuk pemasarannya. Biasanya yang dipakai untuk bahan marketing itu satu, itu base style. Gaya, gaya arsitektur nya. Contoh misalnya sekarang ini orang mesti jualnya yang hijau. Bukan berarti bangunannya dicat hijau, tetapi bangunannya yang ramah terhadap lingkungan. Ho'o tho itu pasti bahasanya dipakai sebagai bahasa-bahasa yang dipakai untuk pemasaran. Ada juga yang tadi, yang tentang feng shui. Nanti didesain oleh seorang yang ahli feng

shui. Ada juga yang developer jualnya ini didesain oleh arsitek Amerika misalnya gitu. Biasanya orang Indonesia masih orientasinya kan arsitek luar gitu lho. Bisa karna gaya nya, dan semacamnya tapi bisa juga kalau misalnya kayak yang di perumahan ada perlengkapan fasilitas misalnya tapi itu bahasa-bahasa untuk pemasaran. Bahan pemasarannya. Pasti dipakai. Kalau arsitek sendiri enggak. Ngak boleh memasarkan ngak boleh ya arsitek itu secara umum seperti dokter, tidak boleh mengiklankan diri. Dia bekerja pada saat adanya permintaan.

I : Bagaimana dengan lokasi dari rumah, ehm apakah Bapak punya pengalaman harus mengarsitek tentang.. ehm mengarsitek rumah yang harus berdekatan dengan pasar atau tempat umum?

JI : Kalau itu pertama pasti peraturan dulu. Kalau pas itu peraturan karna pemerintah itu sudah punya yang namanya tata ruang kotanya kan.? Atau gunalahannya cocok ngak dipakai untuk perumahan. Karna rumah itu kana da yang disebut rumah single, atau rumah double atau yang disebut dengan perumahan. Jadi rumah massal gitu. Kalau bicara rumah pribadi ya itu akan menjadi lebih umum dimana orang punya tanah ya udah bisa dibangun rumah misalnya. Kalau memang daerah nya itu daerah yang.. cuman memang pertimbangan berikutnya apakah rumah itu lalu mempunyai fasilitas yang...

JI : Apa tadi.? Ya lokasi jadi lokasi harusnya beraturan. Kalau yang pribadi dengan yang perumahan itu memang agak berbeda. Mungkin dasar pertimbangannya sama kalau punya rumah itu maunya kan yang dekat tempat kerja iya kan, dekat dengan fasilitas yang mendukung, contohnya apa. Misalnya dia biasa pakai transportasi umum, brarti dekat dengan transportasi umum. Entah

halte, entah terminal, entah apa.. dekat dengan lokasi sekolah ya nanti kalau anak=anaknya sekolah, berarti kan harus dekat sekolah. Dekat dengan fasilitas untuk sehari-hari. Misalnya disitu nanti ada juga supermarket, dekat dengan toko-toko, atau apa nanti. Tapi kalau misalnya tanah kalau sudah disitu, mau diapain.? Kadang-kadang pertimbangan nya juga agak sulit.

I : Ehm kalau bagaimana dengan lokasi tusuk sate.....

JI : Tusuk sate? Ya sebenarnya logika nya gak ada masalah, kalau secara logika biasa. Tapi kalau secara feng shui memang jelek sih. Secara feng shui tidak bagus. Disana kan ya ngak tau kalau feng shui itu seperti fashion ya tidak ada alasannya. Fashion itu ya sesuatu yang biasanya ya hanya dipercaya. Tidak diimani lho tapi dipercaya. Boleh disangkal gitu lho. Tapi secara fisika lingkungannya, kalau ada rumah tusuk sate itu kan nah ada orang bilang nanti kalau ada orang ngebut kan bisa ketabrak, seperti itu. Yang ngebut kan tidak hanya kendaraan, bisa juga angin karna disini ada jalan disini ada rumah jadi terjadi channeling. Channeling itu berarti angina yang tadinya tersebar masuk didalam satu lorong. Kan kenceng banget nah kan nabrak ke rumah kita. Kita dapat angina yang gede nanti masuk angin yo tho pasti beli tolak angin. Ya. Hehehe

JI : Ya sebenarnya gitu. Ada orang bilang tusuk sate memang tidak bagus tapi di feng shui itu, setau saya ada cara untuk menghindarinya. Jadi tidak selalu lalu kemudian jangan dibeli dong tanah yang di tusuk sate, ngak juga kan. Kamu lihat yang diperempatan-perempatan di anu itu misalnya kalau kamu lihat di perempatan Jalan Magelang.. Tau jalan Magelang ndak? Kalau arahnya ke magelang..

I : Owh..

JI : nah itu ada kan itu kan ada toko cat warna. Atau yang di ini ni di Gejayan perempatan yang itu kan juga dia di pojokan itu kan. Sebenarnya kalau dari prinsipnya kan gak bagus dari segi feng shui. Tapi dari cara dia promosi, memang ada hal-hal yang tidak terkait dengan feng shui tapi ada juga orang yang begitu percayanya dengan feng shui maka ya tapi ada cara untuk menyelesaikan itu. Jadi ngak selalu perkara feng shui itu di hindari tapi dihadapi dengan cara penyelesaian. Misale pintu ngak boleh segaris dari depan sampai belakang kan ngak boleh, karna energi nya nanti keluar. Qi nya keluar. Sebenarnya kan anginnya jadi kenceng banget ini, lalu depannya dikasih kaca atau dikasih skak. Ngaak boleh juga pintu yang langsung menghadapi tangga, itu ada cara-caranya. Jadi itu feng shui.

I : Ehm selanjutnya, jadi ee lokasi dekat dengan kuburan itu bukanlah lokasi yang baik untuk ditempati karna mempunyai qi negative. Bagaimana pendapat bapak tentang lokasi rumah semacam ini?

JI : kalau secara feng shui sih memang sebetulnya tidak bisa ditolak tapi kalau secara fisika iya. Pertama air tanah mu. Air tanah mu berarti kan kalau meresap kedalam tanah, itu kan masalahnya akan melalui jasad orang meninggal kan.? Iya kan nah lalu akan turun ke bawah lalu masuk kedalam air tanah bercampur dengan air tanah pemakaman jadi ya jadi untuk orang yang hidupnya dekat dengan kuburan ya memang punya resiko yha. Punya resiko arti tanah yang mungkin berbeda dengan air tanah yang jauh dari kuburan. Yang kedua, udaranya. Kan otomatis kan orang yang sudah membusuk dan sebagainya itu mengeluarkan gas

yang tertentu. Belum lagi nyaman psikologis. Iya tho.? Tapi harusnya sih dihindari tapi kalau yang orang yang tanah nya memang di dekat kuburan gimana.. hahahaha...

I : Iya

JI : Nah ada cara nya untuk menghindari. Misalnya ada tembok tinggi, ee air tanah nya nanti harus menjauh dari kuburannya. Jaraknya harus dipikirkan. Nah nanti kalau di cek secara fisik itu air tanah nya jelek ya udah di filter. Ya tho.? Nah kalau ada pilihan, ini bukan masalah feng shuinya, yakan kalau misalnya ada pilihan jangan pilih rumah di dekat kuburan sesuai sama feng shui.

I : Sebenarnya feng shui itu dipercayai oleh orang cina aja atau orang Indonesia juga mempercayainya?

JI : Dulu mestinya kan datang nya dari China, kalau yang di Indonesia yang artinya suku lain ya itu Jawa misalnya, ada yang namanya Primbon. Kalau di China namanya suhu. Prinsipnya sama. Kalau dilihat dari filosofinya kan bahwa orang hidup itu ada takdir, ada nasib. Nasib itu masih bisa berubah kalau takdir itu tidak bisa dirubah. Karna kan udah suratan dari Atas. Kalau nasib itu diperbaiki, diperbaiki dengan apa dengan usaha, usaha yang seperti apa, usaha yang baik, bagaimana menjadi usaha yang baik, ngikuti tata atur, tata atur apa, feng shui. Tata atur apa, primbon kalau orang Jawa, begitu. Mungkin orang Sunda ada sendiri, ada yang namanya ee apa faktor pakem di dalam kehidupan. Sekarang ini kan faktor nya agak disingkirin apalagi manusia sekarang semakin jahat. Jahat terkadang yha dalam tanda petik ya tho menguasai alam ngak karuan, akhirnya ya berantakan semua. Akhirnya dirasakan sekarang misalnya lalu terjadi banjir di

Jakarta. Harusnya pohon tidak boleh ditebang. Jaman dulu orang menebang pohon, itu langsung dipotong gini itu gak bisa. Dulu orang menebang pohon tu ini dipangkas dulu supaya air nya turun semua dulu jadi nya ininya kering lalu dipotong itu aja dipilih yang pohonnya tua. Sekarang muda pun ditebang karna butuh ekonomi, di jual. Jadi perkara feng shui itu perkara bagaimana. Kalau percaya feng shui itu bagus. Primbon bagus. Karna itu bisa memperbaiki nasib. Tinggal disesuaikan dengan situasinya.

I : Bagaimana dengan arah lokasi rumah yang berdasarkan mata angin dimana akan menentukan arah kehidupan penghuni dari rumah tersebut?

JI : Hehehe.. kalau mata angina yha harus. Iya kan biasanya pilihan nya kalau kamu bisa beli yha harus. Kalau secara feng shui, itu bukan mata angina yang seperti itu tapi mata angina berdasarkan garis hidup, kayak tanggal lahir, hehehe.. bulan lahir artinya hari baiknya. Sama di primbon pun juga kayak gitu. Sebaiknya kamu punya rumah arah nya ke mana, sebaiknya tempat tidurmu ada di mana nah itu terkait. Kalau di dalam feng shui itu kaitannya dengan ee qi nya ada di mana, arah angina nya yang buruk dari mana, sehingga nasibnya menjadi lebih baik. Tapi kalau secara logikanya, ya itu kaitannya misalnya, kalau kamu punya rumah arahnya menghadap ke timur, berarti kan tiap hari kamu dapat sinar matahari, jumlah matahari yang masuk hanya boleh sampai jam 9. Lebih dari jam 9 itu kan panas, kalau kamu menantang matahari, berarti nanti kamu akan banyak mendapat panas. Kalau kamu banyak mendapatkan panas, maka ruangan mu menjadi panas. Kalau kamu kepanasan, kamu pasang AC. Kalau kamu pasang AC berarti kamu banyak keluar energi, duit mu banyak keluar. Ya penyelesaiannya gimana?

Diputer dong. Kenapa.? Soalnya beban panas nya lebih sedikit. Kalau beban panas nya sedikit berarti AC nya jadi lebih ringan. Duit yang dikeluarkan atau biaya operasionalnya menjadi lebih rendah. Tapi kalau di feng shui kan tidak memakai penjelasan seperti itu. Penjelasannya yha seperti itu tadi. Nanti kalau dikait-kaitkan bisa sejalan.

I : Kalau tentang tata ruang dalam rumah itu sendiri, ee kayak penggunaan apa ee pembangunan kolam ikan itu apakah juga memengaruhi feng shui atau secara logika?

JI : Di feng shui ada itu. Jadi kamu harus punya ya kamunya kalau mau bikin kolam ya itu yang pertama ndak boleh kolam mati. Kalau mati itu artinya airnya berenti.

I : Ow..

JI : ngak boleh. Air nya harus berjalan ya tho tapi tidak dijelaskan kenapa harus berjalan atau ngak. Seperti apa sih penjelasannya ya kita intinya ya secara logika nya kalau airnya berjalan ya itu tidak lag menjadi tempat jentik-jentik. Airnya menjadi bersih. Yakan terregulasi. Nah itu diletakkan di depan. Kalau misalnya disini ada air, disini kamu jemur maka panas nya akan lebih. Kamu tau yang namanya angin laut angin barat jaman dulu belajar fisika waktu SMA atau apa. Jangan disini tempat jemuran di sini kolam karna nanti anginnya cuman disini aja kan. Kolam nya sebaiknya agak digeser jadi kan ini nanti bisa terjadi aliran udara. Sehingga kamu tidak ngeluh kepanasan.

I : kalau tentang pintu yang berhadapan itu apakah bisa dijelaskan secara logika?

JI : Ya emang kalo berhadapan ngak boleh karna katanya yang angin apa qi nya hilang. Qi nya tuu lari. Kalau dengan tangga yha itu yha gak boleh juga, ini harus tangganya diginikan. Itu simple sekali kalau kamu punya tangga seperti ini, ini yang ini depan ini ditekuk. Ditekuk gini saja itu sudah menyelesaikan masalah. Logikanya apa itu..

I : Jadi itu ngak bisa dijelaskan secara logika begitu?

JI : ngak bisa dijelaskan secara logika itu cuman kalau secara fisika, itu bisa dijelaskan bahwa kalau ini bolong ini bolong, maka udara ini kan kenceng sekali dan yang punya udara itu hanya disini saja. Udara tidak bisa mengalir ke semua tempat sehingga kelembapan uadar di setiap ruangan itu kan menjadi tinggi. Ya tho menjadi lembap yah tidak nyaman untuk di tempati. Maka kalau ada penghadang disini kan angina bisa berbelok. Angina kan ngak bisa berbelok kecuali nabrak sesuatu dari depannya. Jadi logikanya seperti itu.

I : Eh mini pertanyaan yang terakhir. Tentang elevasi lokasi terhadap jalan. Ehm jadi rumah yang baik itu seperti apa.? Yang lokasinya lebih tinggi, lebih rendah atau yang seimbang dengan jalan raya?

JI : Lebih tinggi, seharusnya. Lebih tinggi dari jalan kenapa.? Karna kan kalau jalan itu selalu akan naik gitu otomatis karna ada perbaikan dari pemerintah dari jalan tananh menjadi jalan trotoar atau jadi jalan aspal. Jalan aspal yha berarti akan naik. Lalu yang kedua yha supaya aliran drenasinya bisa turun kea rah dreinasi kota yang sudah di siapkan. Jadi yha kalo level tanah sememangnya harus ditinggikan. Kalau di feng shui, itu cuman kalau bentuk tanah nya tidak beraturan.

Kalau kamu punya tanah bentuknya segi tiga, jadi misalnya gini kan, yang ini tuh harus diluruskan.

I : Ehm...

JI : Diluruskan itu artinya ini dibuang kasi orang kalau kamu lagi banyak duit, hehehe.. kalau ngak banyak duit ini dinaikkan jadi di anggap ini tanah mu ini tanah orang jadi nya tinggi. Tapi kalau ini sendiri terhadap jalan jadi sebaiknya ini lebih tinggi.

I : Owh..

JI : Di feng shui pun sama.

I : Jadi misalnya kalau orang pengen beli rumah sekarang harus ini yha harus memanggil orang yang tau feng shui?

JI : Tergantung. Kamu percaya ngak sama feng shui. Ya tho kalau kamu percaya, kalau kamu gak percaya feng shui ya tidak perlu. Ya tho tapi kamu mesti manggil arsitek karna yang tau. Sebaiknya kamu konsultasi sama arsitek. Diluar sana banyak orang tau bangunan, tau, tapi hanya tau saja tapi tau mendetailnya kan ngak tau. Karna tadi kan tau tentang feng shui nya, harus tau menghadap kea rah mana, harus tau tentang keindahan, ya tho. Nah biasanya orang kan tau tapi tidak tau bagaimana menterjemahkan itu. Bagaimana melengkapkan itu. Bagaimana merealisasi itu. Mewujudkan itu. Nah kalau arsitek itu kan diajari, misalnya ngomong tentang bentuk yang indah itu kayak apa, itu diajari ini lho seperti ini ada skala, ada irama, atau keseimbangan seperti apa, mana yang hitam mana yang dibikin putih, mana yang harus rapet mana yang harus longgar, ada yang wah ini jangan diginiin pak nanti kesannya menjadi horizontal. Yha itu diliat nya dari segi

estetika. Dia tau bagaimana mengatur kolam, bagaimana mengatur daerah yang panas, bagaimana segala sesuatunya diletakkan, itu arsitek pasti tau. Seandainya kalau orang mau buat rumah atau mau buat bangunan ya harusnya konsultasi sama ahli. Sama dengan orang mau investasi, yha tanya sama orang ekonom tho, konsultasi. Banyak orang sekarang orang bisnis itu orang punya duit tapi bingung cara nya gimana. Akhirnya bikin ini, bikin ini yha mungkin bisa berhasil, tapi kalau secara teoritik pasti persentase antara orang yang dengan orang yang ahlinya dengan yang tidak kan pastinya lebih besar yang konsultasi. Bedanya cuman itu doank sich. Perkara mau pakek feng shui atau tidak tergantung percaya atau tidak karna semuanya sama. Artinya, pakek feng shui dengan tidak pakek feng shui, kalau kita pakek arsitek yha sebenarnya menjalankan feng shui tapi tidak secara eksklusif mengatakan itu feng shui. Misalnya kolam sebenarnya airnya ngalir tapi kan tidak mengatakan feng shui tho. Tapi kalau kamu mau saya percaya feng shui, ya sdah kita bahas nya dari feng shui saja. Misalnya pintunya harus diukur jaraknya berapa, itu ada semua. Fungsinya apa supaya pencahayaan nya mencukupi. Kalau arsitek yha harus ukur supaya apa nanti dikalkulasi oh cahaya nya sekian lux, jatuhnya disini cahaya nya tidak pas. Sama aja. Tergantung kamu suka mana.

I : Yha terima kasih Pak mungkin cukup segini aja. Terima kasih atas bantuannya.

JI : Yha sama-sama.

Transcript Kelik Bambang (Contractor)

Interviewer (I)

Kelik Bambang (KB)

I : Erm selamat pagi

KB : Iya pagi mbak.

I : Mas Kelik Bambang ya?

KB : Yap.

I : Saya mahasiswa dari Atma Jaya Jogja mau mempertanyakan sedikit sebanyak tentang arsitektur dalam pembelian rumah.

KB : Iya.

I : Erm pertama-tama itu tentang factor harga yang dibuat pertimbangan dari segi arsitektur sendiri itu kayak gimana?

KB : kalau dari segi arsitektur, budget bisa menyesuaikan tipe atau pilihan dari nasabah, atau kalau nasabah biasanya juga tidak terlalu memikirkan harga yang penting memang selera, tipe atau keinginan nya terakomodir. Jadi ada dua kepentingan ngeh. jadi ada yang low budget yang menyesuaikan atau budget cover yang penting keinginan nya terpenuhi. Jadi ada dua biasanya. Gitu..

I : Erm kalau tentang ee arsitektur dari rumah itu sendiri, kondisi rumah yang seperti apa sih yang lebih menarik perhatian konsumen? Kayak design nya seperti apa..

KB : kalau design sekarang lebih banyak konsumen memilih tipe-tipe minimalis ngeh tipe minimalis disamping praktis aksen-aksen itu juga lebih disukai karena ada permainan aksesoris yang mungkin bikin hidup..

I : Erm...

KB : Tampilan dari rumah itu mbak.

I : Ee kalau dari segi promosi, dari arsitektur itu sendiri, kayak gimana sih untuk menarik perhatian konsumen? Supaya...

KB : Biasanya untuk menarik konsumen, kami sebagai kontraktor atau arsitek lebih menonjolkan pengalaman dalam arti ini kita memperbanyak portofolio yang kita iket melalui media baik itu internet, iklan baik Koran maupun iklan yang lain ngeh disamping nanti juga event-event seperti pameran kita sering tiap bulan ada di amplaz....

I : Owh...

KB : Setiap ada event arsitek, di amplaz itu seratus persen kita ikut.

I : Erm...

KB : Itu sebagian dari untuk memperkenalkan kita sebagai kontraktor punya pengalaman. Jadi orang memilih kontraktor itu nyari yang berpengalaman. Tidak hanya brand dari perusahaan itu sendiri.

I : Erm.. Ee bagaimana dengan lokasi? Apakah EMKA itu sering membangun di rumah-rumah yang berlokasi yang berdekatan dengan pasar apa rumah sakit? Yaa tempat-tempat umum gitu.

KB : Pengalamn dari EMKA arsitektur dan kontraktor, lebih banyak membangun nya adalah di daerah-daerah yang tumbuh dekat kampus.

I : Erm..

KB : Untuk nanti dibikin ruko, kos-kosan, ataupun rumah dan kantor kayak gitu.. sekarang yang baru ngetren itu di daerah Jalan Kaliurang ataupun condong catur

sama beberapa daerah di jalan Monjali, dekat UNY juga ada. Sekarang baru tumbuh daerah itu.

I : Erm terus kalau dengan lokasi yang seperti lokasi tusuk sate apa mas apakah EMKA ini pernah membangun seperti di lokasi-lokasi seperti tusuk sate?

KB : Ee pernah tapi memang agak jarang. Masih bisa dihitung jari belum ada sampai kalo tidak salah baru tiga kalau ngak empat.

I : Erm...

KB : Rata-rata konsumen sudah pilih lokasinya sendiri ngeh dalam arti kalau sudah tusuk sate, dari segi konsumennya kadang sudah dihindari dulu.

I : Erm jadi dari segi arsitektur itu, menghindari lokasi tusuk sate itu ada trik-triknya sendiri ngak sih?

KB : Ada.. Ada itu nanti ee dibuat ee yang aman dalam arti kayak sepadan ngeh sepadan karo regulasi dari perizinan karna ada misalkan ruko harus masuk empat meter lima meter, dan nanti terhindar dari risiko gangguan lalu lintas, dari kecelakaan.

I : erm..

KB : Untuk parker yang aman dan nanti, keluar masuknya transit kendaraan tidak mengganggu. Sudah ada antisipasinya kalau seperti itu.

I : Kalau yang lokasi dekat kuburan apakah pernah EMKA...

KB : Tergantung... Kuburan memang pernah tapi agak jarang jadi kalau konsumen memang sudah selektif terlebih dulu pada saat mau membeli tanah.

Karna prinsipnya kalau EMKA ini kita membangun di atas lahan dengan budget

yang sudah dimiliki si konsumen. Jadi, ini by order baik tipe maupun budgetnya dari konsumen.

I : Bagaimana dengan lokasi rumah yang berdasarkan mata angin apakah ee konsumen lebih cenderung memilih ke mata angin...maksudnya misalnya barat, atau timur...

KB : Rata-rata yang dibangun ini malah menghadap ke selatan. Rata-rata. Ngeh jadi kalau mungkin jugak factor lahan yang tersedia ataupun memang dari segi pertimbangan si konsumen kan ee apa namanya.. ee kalau angin kan ya mungkin kalau di tropic karan ada pengaruh juga ngeh ee kalau cuaca panas atau apa kan mungkin lebih sejuk kalau menghadap ke selatan tapi secara sehatnya..

I : Heemz..

Kb : Bagus menghadap utara. Ke timur seperti itu.

I : Owh..

I : Terus kalau EMKA ini selain mendesain rumah gitu ada ngak yang misalnya minta didesain nin kolam ikan apa...

KB : Kolam renang?

I : Heeh apa taman-taman gitu?

KB : Yak kita juga melayani tidak hanya untuk bangunan, fisik ngeh dalam arti untuk saran apendukung fasilitas umum, kolam renang, ataupun landskap ngeh untuk taman gitu, kita pernah. Tapi memang tidak terlalu banyak ngeh ada beberapa kayak landskap gitu. Kolam renang ini juga baru dikonsep, mau kontrak juga di Kaliurang.

I : Erm..

KB : Kalau kolam renang baru pertama kalau landskap sudah beberapa.

I : Pertanyaan terakhir itu, tentang ini mas elevasi. Elevasi lokasi itu maksudnya ee lokasi rumahnya itu biasanya dibangun lebih tinggi dari jalan raya, apa lebih rendah atau sepadan banyaknya?

KB : Ee rata-rata.. kebanyakan ngeh ada yang urut. Jadi ada elevasinya ada yang turun, itu ada di ada dua pilihan ada di ada yang diurut ada yang dibuat aksen. Untuk dibuat trap kayak gitu. Tapi kebanyakan kita mungkin 60 persen tidak urut. Yang 40 persen urut. Ngeh sekitar itu kalau dari pengamatan order-order yang masuk, yang urut itu cukup banyak 40 persen, tapi memang lebih dominan yang tidak urut. Ngeh kalau elevasi, biasanya kalau dari badan jalan tuu kan naik sekitar 20 sampai 40 sentimeter tergantung nanti misale dinamika jalan.. seperti itu..

I : Makasih mas itu aja.

KB : Sama-sama.

Transcript Ong (Feng Shui Expert)

Interviewer (I)

Ong (O)

O : Mungkin ini ada referensi buku mengenai tahun kelahiran yang mempunyai feng shui nya masing-masing. ini semacam bentuk arah keberuntungan nya untuk orang yang lahir pada tahun ini. Dia punya arah keberuntungan untuk tiap-tiap orang, orangnya kan beda-beda.

I : Oh iya.

O : Ya sama.

I : Di sini pak saya mau menanyakan karena skripsi saya itu tentang erm kepercayaan supranatural dalam pembelian rumah. Jadi saya di sini mau meneliti apakah orang-orang jaman sekarang itu masih...kalau mau membeli rumah itu masih melihat secara feng shui apa erm secara ekonomi nya gitu pak karna saya kan jurusan nya ekonomi gitu. Jadi saya di sini mau menanyakan misalnya kalau seseorang mau membeli rumah, erm menurut pandangan bapak lokasi tusuk sate itu seperti apa?

O : Yang pertama-tama kalau untuk pembelian rumah yak arena feng shui itu bkn klenik ya. Jadi ada aturan-aturan yang memang harus dipahami. orang-orang yang bekerja di property, yang apa...yang kerja di perumahan itu tentunya paling tidak sekarang itu yang tau tentang feng shui karena feng shui itu keberuntungan duniawi itu adalah feng shui jadi setiap orang punya tata letak itu mulai dari landskap, tanah yang akan dibeli itu harus betul-betul tau sejarahnya tanah itu sebelum dibangun. jadi tidak cukup beli aja karna itu akan mempengaruhi segi

kondisi orang itu sendiri. Jadi kita sekarang mulai lagi dengan keberuntungan, keberuntungan manusia yang duniawi itu kan feng shui ya, feng shui itu mulai feng shui tempat tinggal, feng shui untuuk usaha, feng shui untuk perkawinan, perjodohan, itu memang harus selaras. Nah jadi suatu misal, orang mau buat rumah atau beli rumah, kenapa harus penataan feng shui harus tepat karena itu menyangkut keberuntungan duniawi nya masing-masing orang. Jadi kan terutama kenapa kowq gak boleh tusuk sate? Tusuk sate itu akan mempengaruhi, akan memepengaruhi semuanya jadi terutaama kenapa orang-ortang yang ee apa namanya bikin rumah koq gak milih tusuk sate karna tusuk sate itu yang memotong jalur ya jadi rumah dipotong oleh jalur. Itu pasti akan mempengaruhi baik itu keberuntungan nya baik itu kesehatan nya, itu akan berpengaruh jadi tidak boleh sebetulnya. Yntuk orang-orang yang memang mau menempati rumah tusuk sate, itu jangan dilihat dari satu sisi saja. Jadi sebetulnya feng shui yang pertama kali dilihat adalah landskap itu dan kita mau membeli rumah itu atau beli tanah itu harus tau sejarah tanah nya dulu. Kalau tanah kuburan juga gak boleh. Jadi harus dilihat dulu tanah nya kalau tanah sudah tidak ada masalah, ee baru penataan dari keberuntungan orang itu sendiri. Hadapnya harus cocok. Hadapnya harus cocok untuk penataan. Yang kedua setelah landskap jadi arah, karna manusia itu punya keberuntungan dari segi arah. Jadi arahnya, umpamanya si A jadi cocoknya di timur jadi, kalau itu menghadap ke utara jadinya kan melawan keberuntungan. Biasanya akan bermasalah di keberuntungan nya. Nah ini contoh. Jadi arah harus juga tepat. Yang kedua dari arahnya. Terus kemudian ee penataan. Jadi penataan mulai dari pintu, kamar, kemudian sampai ke dalam nya, perabotan nya sampai ke

dalam penataan tempat tidur kemudian dapurnya kemudian tempat...apa namanya kamar mandi nya memang harus betul-betul di tata secara ee baik. Jadi supaya tidak mempengaruhi dari satu, kesehatan orang nya, dua keberuntungan secara duniawi nyaya bukan sorgawi ny. Kalau sorgawi nya kan urusan tuhan tapi disini feng shui yang tepat itu akan...akan membantu bagi orang itu di tingkat keberuntungan duniawi jadi apa keberuntungan manusia itu akan dipengaruhi tiga factor, surgawi, duniawi, manusiawi. Surgawi itu rahasia tuhan, kemudian duniawi itu adalah ee feng shui tadi, kemudian manusiawi adalah manusia nya sendiri. Jadi penataan nya harus betul-betul apa nama nya...yang dilakukan oleh orang-orang di apaa...di horoskop timur kemudian rumah penting untuk mengacu kepada feng shui karena feng shui itu bukan klenik. Feng shui adalaah...sudah international sudah di pakai ada sekolah nya, jadi itu yang harus diterapkan kepada para ee yang akan membangun rumah karena disitu lah sumber keberuntungan manusia duniawi nya tadi. Itu feng hsui mulai dari landskap, arah, kemudian tata letak dalam nya, kemudian arah tempat tidur, semuanya. Itu supaya di dalam ee orang yang menempati rumah itu ya dapat keberuntungan besar baik, kemudian sehat tentunya karna banyak sekali hal-hal yang harus diperhatikan di dalam feng shui itu sendiri

I : Erm...secara garis besaritu orang-orang yang melihat feng shui itu apakah erm...apakah dari orang-orang tertentu seperti orang-orang tiong hoa apa orang-orang jawa juga mempercayai feng shui?

O : Ya sekarang feng shui itu bukan klenik tadi itu apa jadi sudah intenasional, ada sekolah nya ya. Jadi ada...ya bukan klenik, bukan apa ya apa ya...feng shui

itu rasio ya jadi ada sekolah nya. Jadi sekarang bukan orang tionghoa saja bahkan internasional sudah orang sudah gak heran kalau feng shui itu menentukan di dalam keberuntungan seseorang selain surgawi nya tadi ya. Surgawi itu kan keberuntungan yang datang dari tuhan diberikan untuk manusia secara berputar. Tapi kalau dengan penataan feng shui yang baik, dengan keberuntungan manusia ya orang akan bisa menyeimbangkan gitu lho di dalam kehidupan nya. Rejekinya bukan dari surgawi nya saja, tapi dari manusia nya, dari tata letak nya, itu akan mendorong dia ee kehidupan nya akan lebih baik. Itu.

I : Erm sekarang gini erm...saya pernah baca buku kalau misal nya rumah yang terletak berdekatan sama rumah ibadah itu sebenarnya tidak baik. Menurut pandangan bapak bagaimana?

O : Ya sebetulnya tidak. Uhuk-uhuk . tadi saya katakan bahwa...uhuk...kalau tata letak dengan tempat ibadah tidak ada masalah sebetulnya. Yan jadi masalah kan landscape tadi mungkin, tanah itu bekas tanah kuburan, dipakai untuk membangun rumah itu pasti akan bermasalah. Itu secara feng shui yang tidak baik yak an? Terus ada lagi mungkin tempat ee apa nama nya...rumah, ya yang bekas nya tanah kuburan tadi kemudian ada berhadapan ee dengan apa ee kantor polisi, atau mungkin ee apa namanya bekas dari ee rumah sakit, itu juga mempengaruhi. Jadi kalau untuk tempat ibadah saya rasa ngak begitu apa namanya, ngak begitu riskan ya. Kalau dimana pun orang mau dekat tempat ibadah umpamanya kalau secara islam orang mau dekat masjid masak ngak boleh disebelahnya? Kan ngak seberapa berpengaruh kalau secara tempat ibadah ya. Kecuali kalau tanah nya tadi yang dipakai mungkin sejarah nya itu tempat kuburan itu apa ngak bagus.

I : kalau dipikir secara logika itu pak, misal nya tanah itu bekas kuburan atau dekat kuburan itu bagaimana logika nya ya? Apakah berpengaruh kepada..

O : Ya pasti.

I : Orang yang tinggal disitu?

O : Pastilah. Sekarang pasti. Tanah bekas kuburan itu orang mati. Anda tidur, anda buat rumah di bekas kuburan, bekas nya orang-orang mati pasti akan berpengaruh tapi pasti kesehatan orang itu ngak bagus. Pasti ngak bagus kesehatan nya. Tidak baik pokonya dari sejarahnya itu bekas tempat kuburan. Gitu lho. Karena itu kan orang mati, hawa nya juga ngak enak pasti akan mempengaruhi kesehatan orang itu.

I : Kalau secara ini..erm kalau misal nyamembeli rumah yang menghadap ke timur, barat itu berdasarkan kelahiran orang yang tinggal di rumah tersebut ya pak?

O : Yay a. berdasarkan dari shio orang nya jadi kalau dari feng hsui itu kan dari horoskop timur, ya..jadi kalau horoskop barat mungkin mengacu kepada horoskop zodiac nya. Tapi kalau di cina, di timur, itu kan mengacu kepada tahun kelahiran. Jadi setiap orang beda-beda feng shui nya, tidak sama. Gitu lho. Jadi nanti ditentukan dari tanggal lahir nya dia, tahun nya berapa secara...secara garis besar nya begitu.

I : Oh ya

O : Jadi ingat lagi bahwa feng shui itu mengacu kepada ee keseimbangan di dalam kehidupan supaya keberuntungan nya akan lebih baik. Tidak melawan kodrat daripada tuhan

I : Oh baik baik.

O : Itu kan sorgawi, duniawi, manusiawi. Sorgawi itu rahasia tuhan, tuhan yang atur, duniawi ini merupakan keselarasan daripada dunia nya supaya ada keberuntungan, supaya ada kesehatan, supaya ada kemakmuran. Nah itu nanti ada satu konsep ya feng shui itu pasti dipakai gitu oleh orang-orang, sekrang bukan orang tionghoa saja bahkan masyarakat luas.

I : kalau misal nya penataan kolam di dalam ruangan itu..harus nya bagaimana ya supaya feng shui nya itu bagus di dalam rumah itu?

O : Sebetulnya kalau...apa ya..kalau kolam itu tidak di dalam rumah sebetulnya.

I : Oh yay a.

O : Mungkin kalau dari orang nya tadi butuh air, dia ngak harus bikin kolam di dalam cukup akuarium saja bisa ditempatkan di mana sudut nya.

I : Oh ya.

O : Bisa. Pokoknya ada untuk ee elemen-elemen air yang ada di dalam rumah tapi kalau untuk kolam saya rasa tidak harus di dalam rumah. Mungkin penempatan nya yang cocok ya bisa di apa nama nya...di belakang rumah, itu kalau untuk kolam ya. Jadi ada orang yang elemen-elemen nya itu butuh air yaitu ya tetap dia ya..akuarium.

I : Erm.

O : Untuk ditaruh disitu. Jadi setiap elemen kan tidak sama. Gitu lho

I : Erm..kalau ini lagi pak tentang feng shui yang elevasi lokasi rumah sama jalan misalnya harus nya lebih tinggi dari jalan atau lebih rendah atau seimbang aja?

O : Secara feng shui, orang kalau membuat rumah mendingin di tinggiin. Kira-kira entah itu setengah meter, ditinggiin dari jalan.

I : Oh ya

O : Jadi tidak boleh jalan itu tinggi, rumah nya di bawah. Itu pasti akan berpengaruh. Jadi tidak boleh kalau penataan. Sekarang dari segi membuat rumah, dari depan itu kalau, dunia ini kan datar, jangan dibangun malah turun tidak boleh. Itu harus naik.

I : Oh gitu

O : jadi kalau dia tetap di depan nya itu ke bawah, itu akan mempengaruhi keberuntungan manusia nya. Dia rejekinya akan turun. Jadi mendingan harus naik. Sama dengan jalan jadi kalau kan di pinggir jalan mendingan kan di tinggiin karna kan jalan ini lama-lama kan akan tinggi kan

I : Akan tinggi..

O : Jadi nah harus ditinggiin satu meter kek apa setengah meter supaya nanti kalau tinggi ngak sampai ketutup.

I : Ehm..

O : itu dari jaman belanda dulu kan orang menagu pada bikin rumah tinggi-tinggi. Makanya jalan ini lama-lama akan tinggi. Jadi tidak boleh jalan terlalu rendah dengan e.. rumah rumah tidak boleh terlalu rendah dengan jalan nya. Kalau dia maksa ini terlalu rendah dengan rumah nya kalau dia tidak bisa bongkar, tidak bisa renovasi, ya untuk mengantiisipasi dia akanmemasang penerangan.

I : Ehm.

O : Dia pasang lampu di belakang yang tinggi sekali.

I : Yay a.

O : Nah itu untuk meng apa..menetralisir kalau rumah nya ee lebih rendah dari jalan, kalau dia belum bisa renovasi. Jadi dia pasang penerangan di belakang.

I : Oh kayak gitu

O : Ya. Penerangan itu bakal diarahkan kedepan kalau rumah nya lebih rendah daripada jalan. Jadi, tidak boleh.

I : Oh iya.

O : Uhuk uhuk uhuk

I : terakhir ni pak ee saya pengen nanya erm jadi orang-orang jaman sekarang itu, erm bisa jadi meikirkan feng shui dan dari segi ekonomi secara seimbang gitu ya pak?

O : Bagaimana?

I : Apa orang...maksudnya orang-orang jaman sekarang ini jaman modern gitu, meliat feng shui dalam pembelian rumah itu seimbang dengan mereka melihat secara garis ekonominya gitu..

O : Ya iya lah. Sekarang contoh saja orang-orang yang..orang-orang cina ya karna memang feng shui itu kan berawal dari horoskop timur. Orang cina kalau udah mau beli rumah mau apa saja, yang menurut orang-orang yang ngerti itu pasti mencari ahli feng shui dulu.

I : Oh ya

O : sebelum dia bangun, dia gambar dulu penataan supaya bagus, supaya tidak berpengaruh dalam keberuntungan nya maupun kesehatan nya.

I : Ya

O : dia pasti sodorkan kepada ahli feng shui. Itu siapapun. Orang yang kebanyakan nya yang dari horoskop timur itu pasti akan menanyakan ini apa lagi yang nilainya sudah milyaran. Itu pasti gitu lho. Ngak mungkin tidak..jadi yang memang itu secara keberuntungan berdampak secara duniawi nya berdampak. Pasti lah sekarang orang anda misal nya dari penjual property lah, anda jual untuk rumah yang mahal, kontraktor juga ngerti koq ini harga mahal jadi untuk penataan feng shui nya gua harus belajar. Karna apa? Biasanya yang kuat untuk beli sesuatu yang besar bias nya orang timur. Apa lagi sama orang cina, feng shui gak bener, gak jadi. Apa lagi nilai nya sudah besar lho ya. Gitu lho. Mulai penataan dilihat, pasti dilihat feng shui nya dulu. Kalau dia sudah nilai nya tinggi. Kalau yang orang-orang pribumi yang nilai nya cuman di bawah seratus juta dia gak mikir itu tapi kalau untuk orang apa mayoritas orang-orang dari timur, orang-orang cina pasti punya feng shui gak mungkin tidak.

I : Oh gitu

O : Itu secara garis besar. Itu pasti melihat. Mau tidak mau ya harus. Sekarang internasional sudah ada sekolah feng shui itu. Jadi orang yang mengerjakan property aja dia sudah harus belajar paling gak tuh dia mempelajari feng shui itu sendiri jadi dia harga bisa bagus. Kalau gak kan celaka.

I : Oh ya

O : ya. Feng shui itu berpengaruh di kesehatan, di keberuntungan, dan juga di asmara. Ini banyak rumah tangga apa kesehatan keberuntungan itu berpengaruh di dalam keberuntungan manusia secara duniawi. Bukan sorgawi.

I : Ya

O : Karna itu urusan Tuhan tapi kalau duniawi, itu keberuntungan yang datang dari si feng shui, mulai dari tata letak, kemudian apa namanya arah keberuntungan, tata letak semua nya, di set yang benar dia akan mendapatkan keberuntungan secara duniawi nya. Maka duniawi juga di set, manusiawi nya juga di set, maka sorgawi tinggal ngikut.

I : Oh

O : Nah itu maka orang akan mendapat keberuntungan besr yang pasti.

I : Erm ya udah seperti nya sampai disini saja

O : Cukup?

I : Cukup pak terima kasih udah luangin waktu nya untuk wawancara ini.

Transcript Stephen Trisnawan Kurnianto (Developer)

Interviewer (I)

Stephen Trisnawan Kurnianto (STK)

I : Menurut anda selama berkarya di PT. Serpong Karya Cemerlang, kondisi rumah atau properti yang seperti apa menarik perhatian konsumen untuk dijadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian? Contohnya dari segi bentuk bangunan dari properti tersebut mungkin.

STK : Mengenai kondisi rumah atau properti yang menarik perhatian konsumen pertama harus kita bedakan dulu tipe dan kelas konsumen.

Untuk tipe konsumen kelas menengah ke bawah pada umumnya mereka tidak terlalu memikirkan style dan bentuk bangunan, karena faktor harga yang terjangkau yang jadi pertimbangan utama. Tetapi mereka juga tetap memperhatikan denah dan tata ruang dari rumah atau properti yang dijual, serta kualitas pengerjaan hanya saja tidak sedetail tipe konsumen dari kalangan menengah ke atas.

Untuk tipe konsumen kalangan menengah ke atas, pada umumnya akan memperhatikan dengan cermat desain tata ruang dan style atau gaya desain dari properti yang dijual, ditambah faktor lokasi. Kualitas pengerjaan dari properti yang dijual juga jadi perhatian utama karena mereka tidak mau setelah membeli dan serah terima produk mengalami kerugian harus merenovasi ulang karena pengerjaan yang tidak baik selama masa konstruksi. Dan mereka tidak segan-segan akan mengajukan surat complain kepada pihak developer. Konsumen

kalangan menengah ke atas dibagi lagi dalam 2 segmen yaitu mereka yang menyukai gaya modern (minimalis) serta gaya desain klasik (eropa). Untuk PT Serpong Karya Cemerlang saat ini fokus pada desain modern minimalis dengan sasaran utama di tahap awal pengembangan adalah konsumen kalangan menengah, karena lebih cepat terjual sehingga mempercepat kembalinya modal dan target keuntungan yang sudah ditargetkan.

I : Saya yakin faktor harga juga penting bagi PT. Serpong Karya Cemerlang dalam memutuskan untuk menarik perhatian konsumen. Bagaimana PT. Serpong Karya Cemerlang meletakkan harga sebuah rumah atau properti yang akan ditawarkan kepada konsumen?

STK : Harga merupakan faktor utama dalam penjualan produk properti baik hunian maupun komersil.

Sebelum memutuskan harga jual terlebih dahulu developer sudah menghitung semua komponen biaya yang mempengaruhi harga jual serta target konsumen yang menjadi sasaran penjualan.

Contoh biaya-biaya yang mempengaruhi harga jual yaitu biaya pembebasan lahan, perijinan, pembangunan infrastruktur lingkungan, biaya operasional, biaya promosi, biaya fasilitas umum dan sosial, biaya konstruksi per tipe bangunan. Setelah keseluruhan biaya ini sudah direncanakan dan dihitung dengan cermat lalu menentukan target konsumen sesuai dengan tipe bangunan hunian yang akan dijual. Bagian marketing biasanya sudah memiliki data hasil dari riset pasar yang

bekerjasama dengan agen properti yang dipercaya oleh perusahaan, dan kemudian berkoordinasi dengan divisi terkait untuk menentukan harga jual yang layak dan menguntungkan baik untuk perusahaan maupun konsumen.

Bagian marketing juga berperan penting dalam memberikan penjelasan kepada konsumen keuntungan-keuntungan apa saja yang didapat dengan harga jual yang ditawarkan.

I : Kalau dari segi promosi, promosi seperti apa yang dijadikan pertimbangan oleh PT. Serpong Karya Cemerlang untuk menarik perhatian konsumen?

STK : Ada beberapa strategi promosi yang dilakukan untuk menarik perhatian konsumen. Pada umumnya dengan memberikan bonus-bonus yang menarik.

Sebagai contoh untuk tipe-tipe hunian tertentu mendapatkan bonus furniture set, seperti unit sofa, kitchen set, tv cabinet, dll.

Selain itu juga kemudahan dalam mendapatkan KPR, serta booking fee yang bisa dinegosiasi (negotiable).

Strategi promosi yang cukup berhasil yaitu bekerjasama dengan instansi tertentu untuk menyediakan hunian terjangkau bagi karyawannya, dengan menawarkan unit-unit rumah sederhana dalam cluster tertentu dengan harga yang menarik.

I : Bagaimana dengan lokasi dari properti yang ditawarkan, apakah properti yang berdekatan dengan tempat umum seperti pasar lebih menarik perhatian konsumen daripada di daerah yang agak sepi?

STK : Lokasi memang menjadi faktor utama bagi developer dalam mengembangkan suatu kawasan hunian baik kecil maupun besar.

Makin unggul lokasi yang akan dikembangkan maka nilai jual juga akan meningkat serta keuntungan yang didapat juga lebih besar.

Yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi yaitu :

- a. Aksesibilitas (mudah dijangkau dan dekat dengan jalan utama)
- b. Aktivitas ekonomi (pasar, pusat perbelanjaan)
- c. Sarana transportasi publik (terminal bus, stasiun kereta api, halte angkutan umum)
- d. Infrastruktur pendukung (listrik, air, jalan raya)
- e. Lingkungan (keamanan, kualitas udara)
- f. Fasilitas sosial (sekolah, tempat peribadatan, sarana olahraga, tempat wisata, dll)

I : Menurut pengamatan anda model rumah yang seperti apa menarik perhatian konsumen?

STK : Mengenai model rumah yang menarik perhatian konsumen relatif beragam.

Tergantung tipe konsumen dan latar belakang pemahaman dari konsumen mengenai tren desain rumah. Pada masa sekarang desain rumah dengan gaya “minimalis” masih banyak diminati, dan tiap pengembang atau developer juga mengembangkan ciri khas masing-masing dengan acuan konsep arsitektur minimalis. Model minimalis juga dibedakan sesuai dengan target konsumen. Desain untuk konsumen menengah ke bawah jelas berbeda dengan konsumen kelas menengah ke atas. Tata ruang model rumah modern minimalis lebih

sederhana, dan biasanya mengakomodir kultur atau budaya konsumen modern yang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam perawatan bangunan.

Tetapi bagi kalangan konsumen tertentu model rumah modern minimalis tidak disukai, dan mereka lebih menyukai gaya mediteranian atau klasik eropa. Kebanyakan konsumen yang menyukai model ini kalangan konsumen konservatif menengah ke atas, dan menganggap bahwa model klasik eropa lebih abadi atau “timeless”, mampu bertahan sepanjang jaman.

I : Selain lokasi yang dekat dengan fasilitas umum, apakah lokasi tusuk sate sering menjadi perhatian konsumen dalam memutuskan untuk membeli sebuah properti? Menurut mas Stefanus sebagai arsitek, apakah kekurangan yang dimiliki oleh properti yang berada di lokasi tusuk sate?

STK : Dalam merencanakan lokasi hunian atau siteplan untuk perumahan memang dihindari adanya posisi tusuk sate untuk rumah tinggal. Selain sulit untuk terjual juga pada dasarnya memang tidak tepat untuk posisi bangunan rumah tinggal, kecuali jika terpaksa. Dan memang ada solusi praktis untuk bangunan hunian yang posisinya berada pada tusuk sate.

Kebanyakan konsumen menghindari lokasi tusuk sate selain karena faktor “kepercayaan” bagi konsumen tertentu juga sebetulnya mengganggu sirkulasi keluar masuk penghuni dari dan ke dalam rumah, terlebih jika posisi tusuk sate berada pada jalan utama lingkungan. Hal-hal kecil seperti ini juga mempengaruhi kondisi psikologis penghuni dalam jangka panjang sehingga cenderung akan dihindari.

Lokasi tusuk sate lebih cocok untuk properti yang mempunyai fungsi komersil seperti toko, ruko, minimarket, pasar, atau yang lainnya. Karena tuntutan bangunan komersil untuk lebih mudah terlihat serta mudah dikenali secara visual.

I : Apakah PT. Serpong Karya Cemerlang pernah membangun properti yang lokasinya berdekatan dengan kuburan atau crematorium? Menurut mas Stefanus mengapakah properti yang berlokasi dekat dengan kuburan adalah lokasi yang tidak begitu disukai oleh konsumen?

STK : Keberadaan kuburan atau makam umum yang berada didalam kawasan pengembangan memang pasti akan dihindari oleh semua developer, kecuali developer memang merencanakan sebagian dari lahan yang dikembangkan akan terdapat makam umum.

Selain mengganggu secara visual juga mempengaruhi psikologis dari penghuni kawasan maupun calon pembeli dan menurunkan nilai jual lahan yang dikembangkan.

Kebetulan di dalam kawasan yang sedang dikembangkan oleh PT Serpong Karya Cemerlang terdapat makam umum dan lokasinya juga ada di dalam kawasan yang sedang dibangun. Tetapi hal ini bisa disiasati dengan cara tidak menempatkan cluster hunian di dekat makam umum, hanya fasos dan fasum yang diletakkan di dekat makam umum tersebut, karena dari segi harga jual jelas tidak layak jika cluster hunian ditempatkan berdekatan dengan makam umum.

Secara teknik juga disiasati supaya makam umum tersebut tidak terlihat secara gamblang, bisa dengan membangun pagar keliling serta menempatkan vegetasi tertentu di sekitar pagar makam yang berfungsi sebagai “visual barrier” atau

penghalang pandangan supaya tidak terekspos, serta penerangan yang cukup sehingga tetap menimbulkan perasaan aman dan nyaman.

I : Apakah arah mata angin sangat diperhitungkan di dalam suatu perencanaan bangunan?

STK : Ya. Arah mata angin adalah syarat mutlak dalam perencanaan posisi dan orientasi bangunan. Karena menentukan kenyamanan dan kesehatan penghuni bangunan tersebut. Orientasi bangunan yang ideal untuk wilayah tropis menghadap utara selatan agak bergeser ke timur laut, tetapi pada umumnya cukup menghadap utara atau selatan (untuk posisi pintu masuk utama). Karena pada orientasi ini sinar matahari tidak langsung masuk ke dalam bangunan serta cukup mendapatkan sirkulasi udara yang baik sesuai pergerakan angin di wilayah tropis. Posisi yang dihindari adalah menghadap ke barat, untuk menghadap ke timur masih bisa ditoleransi walaupun masih belum ideal.

Kenapa menghadap ke barat harus dihindari? Pada siang hari mulai pukul 12.00 hingga 16.00 adalah puncak panasnya suhu di wilayah tropis karena pergerakan dari matahari. Sehingga pasti akan berpengaruh pada peningkatan suhu di dalam bangunan. Efek yang akan terjadi jelas mengurangi kenyamanan dan kesehatan penghuni serta di jaman modern terjadinya pemborosan energi listrik yang berlebih karena pemakaian mesin pengkondisi udara (AC) serta kipas angin elektrik.

Jika memang posisi menghadap ke barat tidak bisa dihindari maka solusi praktis adalah menghalangi sinar matahari dari barat tersebut dengan menanam pohon yang rindang serta jika memungkinkan membuat kolam di depan teras rumah

untuk kontrol suhu dan kelembaban yang masuk ke dalam bangunan (rumah), selain itu juga merencanakan tritisan atau konsol atap yang lebih lebar supaya sinar matahari betul-betul sedikit yang masuk.

I : Penempatan pintu utama segaris dengan pintu masuk dapat saja terjadi, terutama pada bangunan kecil maupun sederhana. Menurut mas Stefanus apakah kelemahan yang dimiliki oleh rumah yang mempunyai posisi pintu segaris?

STK : Yang dimaksud pintu utama disini apakah pintu ke dalam bangunan (hunian) dan pintu masuk adalah pintu pagar?

Jika yang dimaksud di atas sebetulnya tidak masalah. Tetapi jika yang dimaksud adalah posisi pintu masuk utama ke dalam rumah dari teras langsung berhadapan dengan pintu lain di dalam rumah seperti pintu kamar atau pintu dapur memang sebaiknya dihindari.

Alasan utama adalah pada faktor psikologis penghuni rumah yaitu masalah privasi. Tetapi memang ada juga yang tidak mempermasalahkan hal tersebut, tergantung kebiasaan dan budaya dari masing-masing penghuni rumah.

Tetapi ada juga yang memang meyakini kepercayaan tertentu supaya menghindari hal tersebut di atas dengan alasan akan mengganggu ketentraman serta rejeki dari penghuni rumah.

I : Menurut pengalaman mas Stefanus, apakah elevasi lokasi terhadap jalan ataupun ketinggian lokasi rumah dibanding dengan tinggi jalan penting bagi pembangunan sebuah properti? Apakah lokasi lebih rendah dari jalan, lokasi jauh di atas elevasi jalan atau lokasi yang seimbang biasanya lebih disukai?

STK : Ya. Elevasi rumah terhadap jalan menjadi pertimbangan utama dalam pembangunan properti. Syarat utama adalah bangunan harus lebih tinggi dari jalan utama di depannya. Hal ini terkait dengan jaringan utilitas di dalam bangunan yang mensyaratkan kemiringan tertentu, terutama jaringan pembuangan air kotor. Selain itu juga secara visual jika lebih tinggi dari jalan bangunan akan lebih menarik serta lebih terlihat dan berwibawa. Dan pasti konsumen menyukai bangunan yang lebih tinggi dari jalan asal masih dalam batas-batas kenyamanan.

Elevasi ketinggian bangunan dengan jalan bervariasi, tergantung dari fungsi dan jenis bangunan itu sendiri serta konsep karakter bangunan yang direncanakan. Bangunan rumah tinggal non mewah biasanya sekitar 20-60cm dari jalan sudah cukup, karena biaya pengurugan tanah juga tidak murah. Sedangkan bangunan rumah tinggal mewah bisa lebih dari 60cm, karena tuntutan karakter visual yang lebih menonjol dan mewakili kelas sosial dari penghuni rumah tersebut.

Sedangkan bangunan publik baik komersil maupun non komersil akan selalu dibuat lebih tinggi dari jalan supaya mudah dikenali sekaligus mempertegas fungsi bangunan tersebut.

STK : Demikian penjelasan dari saya, semoga bermanfaat, jika masih ada yang perlu ditanyakan lebih lanjut bisa kontak via email.